人民日报海外版
2019年1月3日 星期四
责编：苗 春 邮箱：wenhuawanxiang@163.com

孔笙：属于一代人的“大江大河”

□宋 爽

由正午阳光出品，孔笙、黄伟联合执导的改革开放40周年献礼剧《大江大河》，自2018年12月18日在东方卫视等平台播出以来，广受观众好评。该剧讲述了1978年到1988年间，以宋运辉、雷东宝、杨巡为代表的改革先行者们在时代浪潮中不断探索、突围的浮沉故事。

近日，本报微信公众号“侠客岛”联合本报文艺部，对导演孔笙进行了专访。

电视连续剧《大江大河》 图片来自网络

1978年夏的某一天，小说《大江东去》主人公宋运辉沿着空无一人的乡间石板路跑向家中，道旁刚播种的晚稻稀稀拉拉，腾腾热浪与满耳蝉鸣被他甩在身后。

这是恢复高考的次年。初中毕业后便去支农的宋运辉，面颊通红地将一纸高校录取通知书递予父亲，两代人眼泪齐落。与原作稍异，在电视剧《大江大河》中，视觉化了的乡下少年虽考了全县第一，却因家庭成分问题，站在镇革委会大楼前背了两百多遍“指示”，才为求学路挣得了一线生机。

同是在当年高考，导演孔笙说自己其实对宋运辉的姐姐宋运萍更有共鸣感——考试落榜、求学夜大，其后再去选择“更希望做的东西”。

一

孔笙、黄伟联合执导的电视剧《大江大河》开播十余天即成了黄金时段客厅文化的新代表，在不少“剧粉”处，举家刷剧追剧已成常态。

“原本觉得这个题材不是年轻人感兴趣的，起初试图抓住的是他们的父母，捕捉的是回忆往事的心情。”孔笙说。当实际收视成功将下一代人也拉到了父辈身边，以导演视角观之，实质上是“认真把这个故事拍好”的初心带来的意外之喜。

《大江大河》中，宋运辉握住了高考抛来的命运橄榄枝，大学毕业后一心钻研技术改革，成为国营大厂的“一方诸侯”；雷东宝作为农村改革者的代表，在那个年代“拎着脑袋走在政策前面”，于是“联产承包责任制”“包产到户”在小雷家村轰轰烈烈地进行；至于杨巡，挑着担子从乡野走到城镇，生意场上几经周折，最终拥有了自己的产业，成为当时个体经济的典型……

在孔笙看来，3个角色皆是这场变革中极珍贵的力量，也完全吻合导演自身给过去40年提炼的关键词：“变化”

“我们这一代人，改革开放那年正好是要面向社会、走向社会的时候，而社会在变化，国门在打开，大家一下子都很兴奋，都觉得将来和此前的生活会完全不同、”正是基于个体生命轨迹与历史幅面的同步性，孔笙自言是带着一种崇敬的心理做成了《大江大河》，再现“能够切实感受到”的一切。

而《大江大河》所展现的历史也确如其名，汹涌时即浩浩汤汤，同时未能免于一时的险滩、风浪。“事情必然有它另外的一面，但我们总的态度是积极的。”“首先要打开对世界的了解，随后才能认识和意识到问题。”孔笙如是说道。

二

孔笙把这种积极的介入态度概括为“温暖现实主义”。在他执导的一系列影视剧作品中，这种“主义”也带有普适性。“不管是古装、谍战、年代，都想找到一种现实主义的感觉”，而“无论是细小的情节段落，还是总体的故事方向，都希望走得更温暖一些，让人感受到一些美好的东西。”他说。

《大江大河》里，孔笙从未试图给全剧设立某种先验主旨。在文学作品影像化的过程中，“戏剧化冲突不能有意识地太过强化”，因为“冲突越强烈，编造痕迹就越重”。在孔笙看来，有时候“稍微压一压、收一收”，真实性才会更强，这是《大江大河》受到大家喜爱的理由之一。

正剧的名头下，孔笙觉得打动观众的可能是说来也并不复杂的真诚，“真是对那个时代比较喜欢，传递的是真情实感的一些东西”。

《大江大河》中的角色恰如现实中的父辈一般，没有“留白”与“口号”；真正存在且令人着迷的是个体顺从或抗拒历史裹挟时各自留下的细腻繁琐的痕迹。比如宋运辉的父亲选择将儿子留下的“摘帽申请书”烧掉时的悚惧；雷东宝以“想不想吃鱼吃肉”“想不想娶媳妇”等朴素目标动员全村实干……为什么很多人能在其中找到共鸣？故事的讲述牵出的，本就是上一辈的真人实情。

向来以“细节控”出名的孔笙团队，用近乎苛求的服装、道具、制景将真实感最大化。演员王凯前两集身穿的红背心结出大片盐渍；出身不好的宋家的餐桌上，导演亲自撤下的红烧肉……“你们的父辈都知道那个年代是怎么过来的”“把这个做好了，做真实了，做到人心里去，大家才会感动”。

三

1978年，导演孔笙和剧作中的宋家姐弟一起踏入高考考场，此后他做过工人、在夜大念过汉语言文学，当过编辑，最终去了电视台从事摄影。

导演履历中，《生死线》《父母爱情》《温州一家人》《北平无战事》《琅琊榜》等“正剧范儿”的收视担当，也被孔笙视为一种“自然”所得。“电视剧本身不是什么艺术，它是一种靠视觉和听觉来传达讲述的故事”。而谈及这些年在艺术与时代、曲高和寡与大众化间的平衡，孔导认为也是正好“和大众情感吻合”——“我不认为要传递的是塔尖上的阳春白雪，它恰恰是一种在时代发展的特殊时期与大众文化追求吻合的在地情感”。

拍摄完《大江大河》后，孔笙已自称“老同志”，今后步调会放缓些，但原则依旧很清楚——“要么不干，要么就干好”。

《大江大河》中，同窗问宋运辉“你的理想是什么”，沉浸在书本里的宋运辉头也没抬，“下午学完函数的间断点分类”；被追问“长远理想是什么”，他又答，“这个星期学完函数的连续性。”旁人于是笑话宋运辉为“书痴”，但换个角度看，这也是一个时代和那一代人认真而切实的成长逻辑。新一代人“还将善于建设的新世界”中，亦有无数无名者的江河故事汹涌而来。

其中，“提着的那股劲儿，最是珍贵”。

（张少鹏、韩维正对本文有贡献）

扫描二维码，观看采访视频

二〇一八年文艺创作亮点纷呈

□郑 娜

2018年中国的文化艺术创作情况如何？近日，文化和旅游部举行2018年第四季度新闻发布会，介绍2018年艺术创作情况。据文化和旅游部艺术司副司长明文军介绍，2018年艺术创作呈现出加强现实题材创作、提升文艺原创力、精心开展系列艺术活动、加强人才队伍建设、推动文化和旅游深入融合等若干特点。

2018年，在舞台艺术方面，通过新创、复排演出和鼓励移植等方式，全国推出重点现实题材舞台艺术作品近50部，涌现出京剧《红军故事》、话剧《船歌》《赛罕长歌》、儿童剧《鹬·蚌·鱼》《北京童谣》、沪剧《敦煌女儿》、豫剧《重渡沟》、黄梅戏《老支书》、舞剧《天路》、交响音乐会《浦东交响》、民族歌剧《命运》等优秀现实题材作品。2018年，文化和旅游部在全国31个省（区、市）和新疆建设兵团组织了中共十八大以来创作的共243部优秀现实题材作品的演出，场次超过600场。美术方面，以改革开放特别是中共十八大以来的现实题材为主要内容，组织实施国家主题性美术创作项目，将于2019年上半年推出第一批优秀作品。

明文军表示，2018年，在国家舞台艺术精品创作扶持工程、西部及少数民族地区艺术创作提升计划、中国民族歌剧传承发展工程、戏曲振兴工程、中国京剧像音像工程、剧本扶持工程、戏曲剧本孵化计划、“时代交响——中国交响音乐作品创作扶持计划”、国家美术作品收藏和捐赠奖励项目、全国美术馆馆藏精品展出季等工程项目的实施和推进下，文艺原创力不断得到提升。

在文化和旅游深度融合的摸索中，2018年，一些地区将艺术元素融入旅游产品开发和城市形象打造，进行了有益的尝试。如明代著名戏曲家汤显祖的故乡江西抚州市深入挖掘当地戏曲文化资源，成功举办了汤显祖戏剧节暨国际戏剧交流月活动，启动了文昌里历史文化街区、三翁戏曲小镇等戏曲生态文化保护试验基地建设，力求把抚州打造成“写戏、演戏、唱戏、评戏、看戏”的“戏曲城市”，走出了一条文旅融合发展之路。

墙内看花

加强学生影视教育正当时

□鄂平玲

近日，一则可喜消息见诸媒体：中宣部携手教育部发布《关于加强中小学影视教育的指导意见》（以下简称《意见》）。为充分发挥优秀影片在促进中小学生德智体美劳全面发展中的重要作用，《意见》确定了一个目标：“力争用3-5年时间，全国中小学影视教育基本普及；中小学生影视教育活动时间得到切实落实，适合中小学生观看的优秀影片得到充分保障，学校、青少年校外活动场所和社会观影资源得到有效利用。”此举立即引起社会各界，尤其是影视创作者和教育界人士的关注。

笔者认为，《通知》的及时下发，对孩子们的教育方式、对中国文化的传承及文创产业链的可持续发展等，都将产生积极效应。

前段时间，笔者外孙所在幼儿园的老师们不怕麻烦，组织孩子们排队外出到影院看电影。不少与笔者相识的长辈们在感慨之余，甚是欣慰。影视作品具有重要的教化作用和美育作用。我们都记得小时候集体到电影院看电影的经历，其中的英雄人物事迹、烂漫童趣以及和同学们一起坐在影院里齐声欢笑或者抹眼泪却不让别人看到的记忆，长久地留在我们心中。可以说，无论过去还是现在，那些有益心灵、具有文化内涵的影视精品，与时代同行，对正在成长的中小学生价值观的形成，宛如汩汩流淌的溪流，能够起到润物无声的作用。

《通知》的效应，除了有益于中小学生价值观的提升，对于电影以及文创产业的助推，也将起到显而易见的作用。我国具有源远流长、根基雄厚的文化资源，讲好过去和现在的中国故事，并且将他们传承给孩子们，是影视文化工作者的责任。《通知》将敦促众多的文创影视企业着力创作有益于孩子们成长的影视精品。无论影视精品的制作方，还是提供放映场所的院线影院，也将拥有庞大的消费群体，且将长期、稳定地占有这一特定的文化消费市场。有观众，有政策支持，我们的电影尤其是儿童电影会迎来灿烂的发展前景和广阔空间。

用青春唱响时光的旋律

□朱 琳

摄制组在高原拍摄 摄制组提供

《时光的旋律》是由湖南卫视、湖南经视联合策划推出的一部主旋律纪录片，在湖南卫视黄金档播出后，反响热烈。这档节目采取青年歌者重唱经典老歌的形式，折射改革开放以来中国发生的巨大变化，却因为形式和内容均有创新的基因，吸引了“90后”“00后”受众关注，受到中宣部、国家广电总局等单位的表扬。

节目从音乐的小角度反映时代进步的大主题。主创甄选了《我的中国心》《亚洲雄风》《天路》等时代金曲，请青年歌者循着歌声的足迹，寻访与歌曲相关的人物故事，通过“经典好歌+时代故事”的形式，从体育、传统文化、基础建设等层面，生动直观地展现了改革开放给社会生活带来的巨大变化，让人回忆激情燃烧的岁月，眺望美好未来。

在《我的中国心》一集中，青年歌者走访了歌曲原唱者张明敏和1984年央视春晚导演袁德旺，引出了“香港回归”这一重大历史事件，展现了全国人民澎湃的爱国热情；他们与归国潮中的“90后”首席执行官及海归合唱团交谈，感受海内外华人的赤子之心；他们怀抱着“我的祖先早已把我的一切烙上中国印”的情怀，将老歌唱出新的时代内涵。

再唱28年前的《亚洲雄风》，青年歌者走访北京亚运村街道，和速滑世界冠军武大靖对话，领略2022杭州亚运会“绿色、节俭、智能、文明”的前沿理念，翻开一部40年的体育发展史，一部改革开放的城市发展史，感受从竞技体育到全民健身的时代转变。

在《天路》一集中，青年歌者在海拔4000多米的线路段边吸氧边干活，体会护路队员的辛苦；在近百米高的铁路桥上，他们和铺架队员一起就着风沙吃饭，感受“缺氧但是不缺精神”的干劲；在藏民家里喝酥油茶话家常，和藏族孩子们一起歌唱，听他们讲述青藏铁路开通后带来的神奇变化。

《我不想说》是1991年热播剧《外来妹》的主题曲，它唱出了数以千万计的打工者的心声。青年歌者邀请《外来妹》导演成浩重回拍摄故地，看当年的荒山成了现在的文艺广场，作为改革开放的亲历者，成浩感慨颇深。青年歌者与当地的打工小姐妹一起工作、一起生活。新时代的“打工者”“外来妹”已经走出迷茫和困惑，“我想说”“我敢说”，为了理想，他们勇敢而执著。

在媒体生态剧烈变革的今天，面对新形势、新潮流，《时光的旋律》整合优质资源，通过微博、微信、芒果TV等新媒体进行融合传播，多频共振，打造了一个立体的传播网络。节目首播即创下省级卫视同时段节目类收视第一，迄今微博阅读量5000多万，情感美誉度达90.35%，尤其受到年轻人欢迎。

阿米尔·汗携新片来华贺岁

□本报记者 苗 春

个头不高，戴副眼镜，和蔼可亲，语言平易，像个小伙子一样结实，毫无大叔的臃肿、油腻，对自己的中国粉丝友好、平易，这是被称为印度国宝级影星的阿米尔·汗给记者的印象。通过《三傻大闹宝莱坞》《摔跤吧！爸爸》《神秘巨星》等影片，出生于1965年的演员、导演、制片人阿米尔·汗在中国拥有了极高的知名度和大量影迷。日前，阿米尔·汗携新片《印度暴徒》来到中国进行宣传活动。影片于2019年元旦档期全国上映，目前仍在公映中。

阿米尔·汗介绍，《印度暴徒》讲述的是19世纪30年代，由阿扎德领导的一群印度自由斗士揭竿而起，反抗英国东印度公司殖民的故事。该片在印度一经上映，便接连创下多个票房纪录。2018年是阿米尔·汗从影30周年，他以这部影片作为自己从影30周年的纪念、献礼之作。阿米尔·汗在本片中饰演一位亦正亦邪的江湖人士弗兰基，有复杂多面的人物性格，也有激烈的武打戏份。

阿米尔·汗熟读金庸的《鹿鼎记》，说弗兰基这个角色和“韦小宝”很像。不过他拍完电影才看到小说，没能借鉴其中的元素。他与中国演员王宝强是好朋友，也期望跟陈可辛、冯小刚等中国导演合作。“我一直在关注着，希望能找到合适的剧本，来中国拍戏。”他说。

阿米尔·汗与中国观众交流 图片来自网络

改革开放40年 中国传记文学研讨会举行

日前，由中国传记文学学会主办的“回顾与展望：改革开放40年中国传记文学研讨会暨第五届中国传记文学优秀作品展示会”在京举行。

研讨会上，与会专家学者回顾了改革开放40年来我国传记文学事业的发展历程，就传记文学创作、理论研究、翻译交流等问题展开了讨论。中国传记文学学会会长王丽作《致敬改革开放40年：中国传记文学事业发展回顾与展望》报告。

当天举办的“第五届中国传记文学优秀作品展示会”上，《周恩来最后600天》等被推荐展示作品亮相。推荐工作自2018年3月份初启动，经过层层选拔，推荐委员会共推荐出34部（篇）优秀作品。（张鹏禹）

“TV地标”调研成果在京发布

“TV地标”中国电视媒体综合实力大型调研成果日前在京发布。

湖南卫视等6家卫视获得年度最具品牌影响力省级卫视，黑龙江卫视等2家卫视获得年度最具成长性省级卫视，深圳广播电影电视集团获得年度最具创新力广播电视台；中央广播电视总台央视综合频道《经典咏流传》等10档节目获得年度上星频道最具品牌影响力节目，山东卫视《美丽中国》等10档节目获得年度上星频道最具创新影响力节目，中央广播电视总台央视中文国际频道《国家记忆》获得年度上星频道最具开创性国史节目；中央广播电视总台央视纪录频道《如果国宝会说话》等6部纪录片获得年度优秀纪录片；广东广播电视台副台长杨卓兴等4人获得2018年度广电人物，新媒诚品文化传媒有限公司首席执行官尹香今等6人获得制作机构年度人物。

这一调研活动由国家广播电视总局主管的《中国广播影视》杂志社主办，2007年创设，已连续举办12届。（陈 岗）

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售3元/份 国内定价全年420元 国内统一刊号：CN11-0066